

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Semakin tingginya tekanan ekonomi yang dirasakan, menyebabkan naiknya harga-harga barang sehingga banyak orang yang membuat keputusan untuk mulai mencari pekerjaan tambahan/sampingan di luar pekerjaan utama yang sedang dilakukan. Hal ini dilakukan karena mereka merasa pendapatan yang diterima dari satu pekerjaan saja tidak cukup untuk membiayai kebutuhan sehari-hari, khususnya bagi mereka yang telah berkeluarga. Pekerjaan tambahan yang dilakukan pun adalah pekerjaan yang bersifat tidak mengikat atau *freelance*, karena dengan jenis pekerjaan ini seseorang bisa tetap melakukan pekerjaan tambahannya tanpa mengganggu pekerjaan utamanya.

Hal ini juga dirasakan oleh mahasiswa yang sedang menjalani kuliahnya, di mana sebagian dari mereka juga harus mengambil keputusan untuk mencari pekerjaan sampingan yang dapat dilakukan walaupun mereka sedang kuliah, agar bisa memperoleh tambahan uang sehingga dapat meringankan beban orang tua. Pekerjaan yang diambil ini tentunya bersifat paruh waktu atau lebih dikenal sebagai kerja *part time* ataupun *freelance* agar tidak mengganggu kuliah yang sedang dijalani. Pekerjaan yang ditekuni pun bervariasi, ada yang menjaga toko/*counter* baju, menjadi guru les (bimbingan belajar), ataupun menjadi anggota MLM (*Multi Level Marketing*), di mana pada jenis-jenis pekerjaan ini mahasiswa dapat terus kuliah tetapi juga dapat bekerja.

Sebenarnya sebagai mahasiswa yang masih dalam tahap perkembangan akhir, bekerja bukanlah tugas yang harus mereka lakukan untuk bisa mendapatkan uang dan membiayai sekolahnya sendiri, karena itu masih dalam tanggung jawab orang tua. Karena itu, tidak semua alasan mahasiswa yang mencari pekerjaan tambahan tersebut disebabkan oleh faktor kelemahan ekonomi, karena ada juga yang memutuskan untuk bekerja dengan alasan hanya ingin mendapat penghasilan sendiri (untuk menambah uang saku) dan juga ada yang mau bekerja karena ikut-ikutan dengan temannya atau hanya ingin mencari pengalaman dan bertemu dengan orang-orang baru. Alasan yang terakhir ini juga didukung oleh pendapat dari Blos (dalam Sarwono, 2004: 24) yang mengatakan bahwa pada hakikatnya perkembangan adalah usaha untuk menyesuaikan diri, dan pada proses penyesuaian diri itu remaja melewati 3 tahap perkembangan dan salah satu tahapnya adalah tahap remaja akhir (*late adolescence*), di mana pada tahap ini terdapat ciri-ciri yang melekat pada remaja yang salah satu diantaranya adalah egonya mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang-orang lain dan dalam pengalaman baru.

Khusus pada jenis pekerjaan MLM, sekarang semakin banyak ditemui mahasiswa yang memutuskan untuk terjun ke bisnis ini, karena pada jenis pekerjaan MLM mahasiswa hanya bertugas untuk menjual barang dan mencari anggota secara personal, tanpa batas waktu ataupun pergi ke kantor sehingga mereka dapat melakukannya di mana saja dan kapan saja, berbeda dengan pekerjaan *part time/freelance* lainnya yang memerlukan keahlian, seperti menjadi guru les privat yang tidak semua orang memiliki kemampuan untuk mengajar yang baik dan prestasi yang baik di sekolah ataupun pekerjaan lain yang menyita waktu seperti

menjaga toko, di mana mereka harus meluangkan beberapa jam waktu mereka di tempat lain sehingga tidak dapat memanfaatkan waktu yang ada untuk belajar.

Pada saat ini banyak mahasiswa yang menggeluti bisnis MLM ini karena mereka berpikir bahwa dengan ikut MLM mereka bisa mendapatkan uang dengan mudah atau tanpa harus usaha yang keras dan juga mereka dapat bekerja sesuai dengan keinginan mereka, karena tidak dibatasi waktu.

Dari hasil wawancara dengan seorang anggota MLM yang juga adalah seorang mahasiswa didapatkan hasil yang mendukung, yaitu ikut MLM karena bisa mendapatkan uang dengan mudah. Berikut kutipan hasil wawancara:

“Iya.. saya ikut MLM ini karena diprospek teman saya, pertamanya saya ga mau.. tapi waktu liat sistemnya yang gampang dan katanya bisa ngasilin banyak uang, ya udah saya coba ikut aja, siapa tau bisa sukses...”

Sebenarnya pengertian MLM itu sendiri tidaklah sedangkal yang ada di pikiran kebanyakan orang, karena pada kenyataannya banyak yang juga merasa kecewa oleh bisnis ini. Pengertian yang lebih tepat untuk MLM ini adalah sistem penjualan yang memanfaatkan konsumen sebagai tenaga penyalur secara langsung. Harga barang yang ditawarkan di tingkat konsumen adalah harga produksi ditambah komisi yang menjadi hak konsumen karena secara tidak langsung telah membantu kelancaran distribusi. (wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas)

Hal ini didukung oleh Santoso (2003: 1) di mana ia memberikan pandangan yang lebih jelas tentang MLM. Ia mengatakan bahwa banyak orang mempersepsi MLM sebagai suatu terobosan baru yang hebat sehingga bisa menghasilkan banyak uang dan kekayaan yang begitu cepat. Di sisi lain, banyak orang yang menyatakan bahwa semua MLM bisa dikategorikan ke dalam skema

penipuan keuangan, sehingga mereka menolak secara mutlak keberadaan MLM. Ditambahkannya lagi, bahwa hal ini menjadi semakin ironis karena ada begitu banyak pendapat yang beredar, sering kali dikemukakan oleh orang-orang yang sebetulnya tidak mengerti dengan jelas arti MLM itu, yang pada akhirnya mengakibatkan kekacauan karena kurangnya informasi mengenai MLM ini.

Saat ini, jika seseorang mendengar kata MLM, maka dalam pikiran mereka akan muncul persepsi yang senantiasa mengkaitkan MLM dengan cara mendapatkan kekayaan dengan cepat dan mudah. Persepsi yang muncul seperti ini karena mereka melihat dari iklan yang dikeluarkan oleh perusahaan MLM ataupun promosi dari mulut ke mulut yang disampaikan oleh para distributor MLM. Promosi dan iklan yang disampaikan ini selalu menghubungkan antara MLM dengan cara cepat dan mudah untuk mendapatkan kekayaan. Banyak orang menganggap hal itu benar dan berani untuk ikut serta di dalamnya menjadi anggota. Tetapi, akhirnya mereka bukannya mendapatkan apa yang diharapkan malahan mereka kehilangan uang mereka (Santoso, 2003: 1).

Kejadian seperti ini juga terjadi pada mahasiswa, di mana saat mahasiswa mendengar kata MLM mereka langsung berpikiran atau timbul persepsi yang negatif terhadap bisnis ini, karena mereka merasa apa yang dikatakan sebelumnya oleh orang-orang yang memprospek atau mengajak mereka, tidak sejalan dengan apa yang mereka rasakan saat telah bergabung.

Berikut ini beberapa kutipan pendapat dari mahasiswa yang sempat ikut MLM dan merasa rugi telah ikut MLM (sumber: forum.kafegaul.com):

Milanisti 7: “bagi gw ikut MLM terjebak. Karena kalo gw rajin dan giat emang gw bisa meraih berkahnya tapi di samping itu gw tetap harus ngebak orang lain untuk ikut.”

Hell-rider : “kalo gw dan temen-temen gw ada yang ketahuan ikut MLM dan mulai nawarin MLM, langsung kita jauhkan 1 – 2 bulan, bosenin sih.. ngomongnya itu-itu aja...”

Pengambilan keputusan itu sendiri merupakan sebuah proses yang terjadi pada individu/ mahasiswa yang dimulai dari penerimaan informasi mengenai bisnis MLM tersebut sampai pada mengevaluasi pilihan-pilihan yang mereka miliki, dan dalam proses tersebut, persepsi yang dimiliki oleh mahasiswa ikut mempengaruhi mereka untuk akhirnya membuat keputusan untuk bergabung dengan MLM atau tidak. Robbins (2001: 101) mengatakan bahwa bagaimana individu-individu mengambil keputusan, dan kualitas pilihan terakhir mereka, sebagian besar dipengaruhi oleh persepsi-persepsi mereka.

Tetapi dewasa ini jika kita mau melihat secara objektif, maka kita tidak dapat memungkiri kenyataan yang ada, yaitu bahwa meskipun banyak yang mempersepsi MLM sebagai bisnis yang buruk, jumlah orang yang ikut bergabung (khususnya mahasiswa) dalam MLM tidaklah sedikit. Dari hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala didapat hasil bahwa untuk 1 mahasiswa baru saja yang telah menjadi anggota MLM selama \pm 2 bulan, ia telah berhasil memprospek dan menjadikan anggota 10-15 mahasiswa lainnya dalam 1 universitas yang sama, dan untuk yang lainnya juga hampir sama yaitu tiap orang bisa mendapat minimal 10 anggota baru dalam waktu yang relatif singkat.

Sebagian besar yang telah ikut mengatakan bahwa, pada awalnya mereka mengambil keputusan untuk bergabung di MLM ini terpaksa, karena sebagian dari

mereka terus dikejar oleh orang-orang yang menawarkan mereka MLM sampai mereka akhirnya tidak dapat menolak. Seperti yang terlihat dari hasil wawancara:

“..awalnya ya saya ga mau, tapi mereka terus-terusan nawari saya, ya kalo gitu lama-lama jadi sungkan, ya udah saya ikut aja”.

“Aku ikut MLM ini ya terpaksa ya, soalnya aku diajak sama pacarku sendiri dan dia maksa-maksa terus..ya udahlah aku ikut aja biar dia senang”.

Sebagian lagi mengambil keputusan untuk ikut hanya untuk coba-coba, tetapi saat sudah berjalan mereka mengalami banyak kemudahan dalam mencari anggota baru lainnya, selain itu mereka juga ditolong oleh anggota yang lebih senior jika mereka menemukan kesulitan dan memprospek orang.

Hal ini menunjukkan bahwa banyak dari mahasiswa yang bergabung di MLM ini bukan disebabkan karena mereka memiliki persepsi yang baik/positif terhadap bisnis tersebut dan pencarian informasi mengenai hal-hal dalam bisnis MLM yang dapat memberi keuntungan pada mereka, tetapi keputusan-keputusan yang diambil berdasarkan faktor lain, seperti untuk menjaga perasaan orang atau untuk mencoba-coba, dan meskipun ada banyak tanggapan ataupun persepsi di luar yang negatif tentang bisnis MLM dan juga ada mahasiswa yang mempersepsi MLM dengan negatif, tetapi hal itu tidak membuat mahasiswa mengambil keputusan yang searah, dalam artian tidak bergabung dalam pekerjaan tersebut, malahan semakin banyak yang mengambil keputusan untuk masuk bergabung di dalamnya.

Pada penelitian kali ini peneliti tertarik untuk meneliti mengenai bisnis MLM ini dikarenakan masih minimnya penelitian yang dilakukan terhadap fenomena MLM, meskipun fenomena ini sudah lama terjadi di kalangan masyarakat khususnya mahasiswa. Penelitian sebelumnya yang membahas tentang MLM adalah

penelitian yang dilakukan oleh Lily (2004) mahasiswa Universitas Surabaya yang mengambil judul penelitian “Motif Mahasiswa Distributor Multi Level Marketing Ditinjau Dari Teori Mc’Lelland”. Dari penelitian yang dilakukan tersebut, menunjukkan hasil bahwa motif terbesar mahasiswa untuk bergabung menjadi distributor MLM adalah motif berkuasa. Penelitian kali ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang menurut salah satu sumber informasi diketahui bahwa Universitas Katolik Widya Mandala merupakan salah satu universitas yang mahasiswanya banyak bergabung di bisnis MLM.

Berdasar fenomena yang terjadi itulah dan fakta yang menunjukkan bahwa penelitian tentang fenomena MLM ini masih sangat minim, peneliti tertarik untuk meneliti dan menguji secara teoritis apakah persepsi berperan pada mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk terjun atau bergabung di bisnis MLM.

1.2. Batasan Masalah

Agar wilayah penelitian ini tidak meluas, maka dilakukan beberapa batasan terhadap masalah yang diteliti sebagai berikut:

1. Banyak faktor yang mungkin dapat mempengaruhi pengambilan keputusan untuk bergabung menjadi anggota *multi level marketing*, tetapi dalam penelitian ini hanya ingin diteliti dari faktor persepsi subjek terhadap *multi level marketing*, yang diperkirakan mempunyai hubungan dengan pengambilan keputusan.
2. Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan tersebut, maka dilakukan penelitian yang bersifat korelasional yaitu apakah ada hubungan antara persepsi mahasiswa

terhadap *multi level marketing* dan pengambilan keputusan untuk bergabung menjadi anggota.

3. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang pernah mendapatkan informasi tentang *multi level marketing*.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah dan batasan masalah, maka masalah yang ada dapat dirumuskan sebagai berikut:

“ Apakah ada hubungan antara persepsi mahasiswa terhadap *Multi Level Marketing* dengan pengambilan keputusan untuk bergabung menjadi anggota ?”

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara persepsi mahasiswa terhadap MLM dengan pengambilan keputusan menjadi anggota.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi atau sumbangan bagi perkembangan teori di bidang psikologi, khususnya psikologi industri dan organisasi yang berkaitan dengan pengambilan keputusan untuk bergabung dalam bisnis MLM berdasarkan persepsi yang dimiliki.

1.5.2. Manfaat praktis

Adapun beberapa manfaat praktis dari penelitian ini yang ditujukan kepada beberapa pihak.

a. Bagi mahasiswa (khususnya yang ingin bergabung di bisnis MLM)

Memberi masukan pada mahasiswa agar dapat melihat lebih jelas mengenai kelebihan dan kekurangan bisnis MLM dan membantu untuk menjelaskan pada mahasiswa bahwa persepsi yang mereka miliki terhadap sesuatu, khususnya bisnis MLM ini akan mempengaruhi tingkah laku mereka, termasuk juga dalam hal mengambil keputusan untuk bergabung dengan MLM atau tidak.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Memberi landasan pada peneliti selanjutnya yang ingin meneliti hal serupa agar dapat lebih dikembangkan dan dipertajam lagi serta memperoleh manfaat yang lebih banyak.